

Elokuvamatkailun mahdollisuudet Suomessa

Jukka Kinosmaa

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
23.9.2015



Tekijä Jukka Kinosmaa	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2010
Raportin nimi Elokuvamatkailun mahdollisuudet Suomessa	Sivu- ja liitesivumäärä 27+2
Opettajat tai ohjaajat Anne Koppatz, Annika Konttinen	
<p>Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää, minkälaisia mahdollisuuksia elokuvamatkailulla on Suomessa. Aihetta on vähän tutkittu, vaikka elokuvamatkailua on esiintynyt aina elokuvien olemassa olon alusta saakka. Tutkimuksen teoriapohjana toimii kirjallisuus elokuvamatkailusta ja elämyksestä.</p> <p>Tutkimus on kvalitatiivinen ja aineistonkeruumenetelmänä käytetään haastattelua. Haastatteluihin osallistuu viisi matkailijaa iältään 25-35 vuotiaita. Tarkoituksena on selvittää, minkälaisissa elokuvamatkailunähtävyyksissä tai elämyspalveluissa he ovat vierailleet tai millaisista he ovat kuulleet ulkomailla ja Suomessa.</p> <p>Tutkimuksessa selviää, miten tuntemattomia olemassa olevat elokuvamatkailukohteet ovat. Tutkimukseen osallistuneista matkailijoista ei yksikään matkusta puhtaasti elokuvien tai tv-sarjojen perusteella, mutta on yleistä käydä katsomassa kuvauspaikkoja tai vierailla teemapuistoissa ja ohjatuilla elokuviin perustuvilla kierroksilla. Joten elokuvamatkailua harrastetaan osana matkaa. Medialla on suuri vaikutus matkailijoihin, joten Suomessa on tärkeä nähdä sen potentiaali matkailussa.</p> <p>Kehitysehdotuksissa nousee esiin muun muassa, kuinka yhteistyön lisääminen Suomen matkailun, sekä suomalaisen ja kansainvälisen elokuvateollisuuden kanssa on tärkeää. Olemassa olevia ja tulevia elokuvamatkailukohteita tulisi markkinoida paremmin ja löytää oikeat asiakasryhmät. Suomessa pitäisi aktiivisesti pohtia, miten suosittuja suomalaisia tv-sarjoja ja elokuvia voisi hyödyntää matkailun parissa, sillä näillä on suuri ihailijakunta ja he voivat siten olla potentiaalisia elokuvamatkailijoita.</p>	
Asiasanat Elokuva, matkailu, elämys, Suomi	

Author Jukka Kinosmaa	Group or year of entry 2010
The title of thesis The Opportunities of Film Tourism in Finland	Number of pages and appendices 27+2
Supervisors Anne Koppatz, Annika Konttinen	
<p>The purpose of this research is to find out what kind of opportunities film tourism could offer for Finnish tourism. Only little research has been done on the topic even though film tourism has existed ever since the beginning of the film industry. The theoretical basis of the research lies upon books about film tourism and experience theories.</p> <p>This qualitative research was done through interviews with five Finnish tourists between ages 25-35. The goal of these interviews was to figure out in what kind of different film tourism sights they have visited previously and what kind of film tourism products they have seen abroad and in Finland.</p> <p>The results show that the Finnish film tourism sights are rather unknown. None of the interviewee's, travel solely because of a film or a TV-show but it is common to look up film tourism's sights, such as guided tours, theme parks or filming locations, while travelling. This proves that film tourism is popular as a part of vacation. The media's power towards tourists is great so it is important to see its potential in tourism in Finland.</p> <p>Finland should cooperate more with the film industry here in Finland but also internationally. The existing film tourism sights as well as new ones should be marketed better and for the right tourist segments. Finnish tourism professionals should constantly think about how they could benefit from the popularity of Finnish films and TV-shows in order to create successful new products.</p>	
Key words Film, tourism, experience, Finland	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Elokuvmatkailu	4
2.1	Historia	5
2.2	Elokuvmatkailu Suomessa	6
2.3	Elokuvmatkailun mahdollisuudet	7
3	Elämysmatkailu	9
4	Tutkimuksen kulku	12
4.1	Kvalitatiivinen tutkimus	12
4.2	Aineistonkeruumentelmä: haastattelu	12
4.3	Tutkimusprosessi	13
4.4	Haastatteluiden toteutus	14
4.5	Aineiston analyysi	15
4.6	Tutkimuksen luotettavuus	15
5	Tutkimuksen tulokset	17
5.1	Matkakohteet ja elokuvamatkailu nähtävyydet	17
5.2	Elokuvmatkailun vaikutus matkustamiseen	18
5.3	Suomen elokuvamatkailukohteet ja niiden tunnettavuus	19
5.4	Elämyksen tuottaneet kokemukset matkalla	19
6	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset	21
6.1	Kehitysehdotukset elokuvamatkailun tuotteistamiseen ja jatkotutkimusmahdollisuudet	22
6.2	Pohdintaa	23
	Lähteet	26
	Liitteet	28
	Liite 1. Haastattelukysymykset:	28
	Liite 2. Saatekirje	29

1 Johdanto

Olen aina ollut kiinnostunut elokuvista ja niiden vaikutuksesta ihmisiin. Alkaessani työstää opinnäytetyötäni ja sen aihetta, pohdin itseäni kiinnostavia asioita ja harrastuksia. Halusin aiheen, joka liittyisi koulutusalaani matkailuun, sekä itselleni tärkeisiin kiinnostuksenkohteisiin. Pitkään pohdittuani päädyin lopulta aiheeseen elokuvamatkailu. Huomasin pian, että aihetta ei ole tutkittu paljoa, joten itseäni kiinnosti mitä mahdollisuuksia elokuvamatkailu voisi tarjota. Tutkimusongelmakseni muodostui seuraava kysymys:

Millaisia mahdollisuuksia elokuvamatkailu tarjoaa Suomen matkailulle?

Aluksi haluan kertoa hieman omasta kiinnostuksestani aihetta kohtaan. Olen aina katsellut paljon elokuvia ja halunnut selvittää, kuinka elokuvia tehdään. Vuonna 2011 lähdin työharjoitteluun Yhdysvaltoihin Wisconsinin osavaltioon Wisconsin Dellsiin. Työharjoitteluni päätyttyä, matkustelin ystäväni kanssa eri puolilla maata ja miettiessämme mitä haluaisimme missäkin kaupungissa nähdä, sain idean etsiä tunnettuja kuvauspaikkoja. Kävimme katsomassa meille tuttujen elokuvien kuvauspaikkoja, niin länsi- kuin itärannikollakin ja pihdimme myös Warner Bros. –elokuvastudioilla.

Kokemus oli mieleenpainuva ja sen jälkeen olen halunnut aina matkoilla käydessäni selvittää, mitä elokuvia kohteissa on kuvattu. En kuitenkaan valitse matkakohdetta elokuvien tai tv-sarjojen perusteella, mutta ne vaikuttavat montaa kertaa jollain tasolla valintoihini. Elokuvamatkailu on mielestäni myös Suomen matkailulle suuri mahdollisuus. Johtopäätöksilläni pyrin löytää mahdollisuuksia, joita Suomen matkailussa voitaisiin hyödyntää. Toivon tutkimukseni edesauttavan tutkijoita kiinnostumaan aiheesta ja tutkimaan aihetta lisää.

Koska elokuvamatkailu ilmiönä on suhteellisen tuntematon, päätin toteuttaa kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen, sillä halusin selvittää ilmiön muotoa ja matkailijoiden mielipiteitä ja näkemyksiä, sekä heidän kokemuksiaan aiheesta. Elokuvamatkailua ei ole paljon tutkittu, joten olen lähdekirjallisuudessa hyödyntänyt löytämiäni kirjoja ja tutkimuksia kyseisestä aiheesta. Tarkoitukseni oli tutkia, mitä muualla maailmassa on tehty ja tehdään, sekä kuinka näiden ideoiden hyödyntäminen voisi toimia Suomessa. Olen keskittynyt tutkimuksessani, sekä suomalaisiin että ulkomaalaisiin matkailijoihin. Pyrin pääsemään johtopäätökseen, kuinka Suomessa voitaisiin elokuvamatkailua hyödyntää. Selvitän lukijalle, millaisia olemassa olevia elokuvamatkakohteita Suomesta löytyy ja miten ne ovat menestyneet ja mitkä asiat ovat vaikuttaneet näiden menestykseen.

Tutkimukseni toisessa luvussa käsittelen elokuvamatkailua ja sen historiaa, jo olemassa olevien tutkimusten ja lähdekirjallisuuden kautta. Pyrin selvittämään elokuvamatkailua käsitteenä, sekä rajata mitä kaikkea tämän käsitteen alle kuuluu. Yritän luoda selkeän kuvan, siitä miten elokuvamatkailu syntyy ja mitkä asiat ovat vaikuttaneet elokuvamatkakohteiden menestykseen. Selvitän, millaisia olemassa olevia suomalaisia kohteita on, missä on yritetty hyödyntää elokuvien tai tv-sarjojen tuomaa mainetta ja miten niissä on onnistuttu. Tässä luvussa kerron myös millaisia erilaisia mahdollisuuksia elokuvamatkailun parissa voi toteuttaa ja mitä ne pitävät sisällään. Lähdekirjallisuutena olen hyödyntänyt Stefan Roeschin *The Experiences of Film Location Tourists* –kirjaa, sekä Alexis Papathanassisin tutkimusta *The Long Tail of Tourism*. Muina lähteinä olen käyttänyt erilaisia internet-julkaisuja, kuten artikkeleita ja yritysten kotisivuja.

Koska elokuvamatkailu liittyy vahvasti elämysmatkailuun, tutkimukseni kolmannessa luvussa keskityn kokonaan elämysmatkailuun. Luvussa tuon ilmi mitä on elämys, miten se syntyy ja mitkä tekijät vaikuttavat sen syntymiseen matkailijassa. Olen hyödyntänyt aiheen kirjoittamisessa B. Joseph Pine II:n ja James H. Gilmoren *The Experience Economy* –kirjaa, Pekka Borgin, Elina Kiven ja Minna Partin *Elämyksestä elinkeinoksi* –kirjaa, sekä Sanna Tarssasen *Elämystuottajan* käsikirjaa.

Neljännessä luvussa käsittelen tutkimustyyppiäni. Tutkimukseni on kvalitatiivinen, joten esittelen kvalitatiivista tutkimusta ja sen käyttötarkoituksia. Kerron kokonaisuudessaan tutkimukseni eri vaiheista ja pyrin kuvaamaan mahdollisimman tarkasti tutkimusprosessiani. Selvitän aineistonkeruumenetelmäni ja kuinka olen löytänyt sopivat henkilöt tutkimukseni aineistonkeruuta varten. Tässä luvussa myös arvioin tutkimukseni luotettavuutta ja miten olen keräämäni aineiston analysoinut ja teemoittanut. Olen pääasiallisesti käyttänyt lähdekirjana tutkimuksen tekemisessä Jari Eskolan ja Juha Suorannan kirjaa *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*.

Tutkimukseni viidennessä luvussa keskityn tulosten käsittelyyn ja johtopäätöksiin, sekä näiden pohjalta luotuihin kehitysehdotuksiin. Käsittelen tulokset valitsemieni kolmen eri teeman kautta ja esittelen saamiani vastauksia aineistostani. Saamieni vastausten perusteella olen tehnyt johtopäätöksiä elokuvamatkailusta yleisesti, sekä mitä mahdollisuuksia koen elokuvamatkailulla olevan Suomessa, tekemäni tutkimuksen tulosten perusteella. Pohdin myös mahdollisia kehitysehdotuksia, joita matkailu-alan toimijat voisivat mahdollisesti hyödyntää uusien tuotteiden kehittämisessä ja suunnittelussa. Esitän myös jatkotutkimusmahdollisuuksia seuraaville aiheesta kiinnostuneille tutkijoille.

Viimeisessä luvussa tuon esille omia pohdintojani tutkimuksen etenemisestä ja omasta oppimisestani prosessin aikana. Kerron kohtaamistani haasteista ja omista käsityksistäni elokuvamatkailua kohtaan tämän tutkimuksen toteuttamisen jälkeen. Viimeistä lukua seuraavat tutkimuksessani käytetty lähdeaineisto, sekä liitteet. Liitteisiin olen laittanut haastateltaville lähettämäni saatekirjeen, sekä teorian pohjalta laaditut kysymykset, joita olen käyttänyt aineistonkeruuseen.

2 Elokuvamatkailu

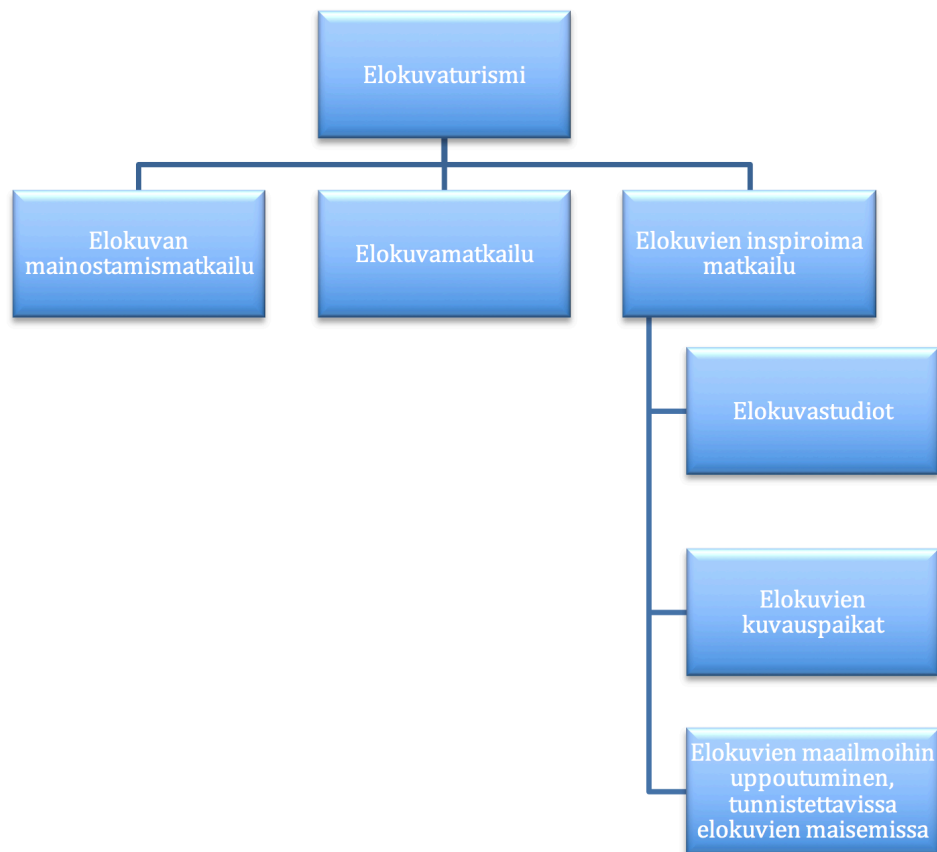
Elokuvamatkailu käsittää kahdenlaisia fiktiivisen median muotoja. Ensimmäisenä ovat elokuvat, joiden tarkoitus on tuoda esimerkiksi elokuvateattereihin suuri määrä ihmisiä yhteen katsomaan elokuvaa. Toisena ovat televisio ohjelmat, joita on tarkoitus katsoa pienemmässä mittakaavassa kotisohvalta yksin tai pienessä ryhmässä. Elokuvat nojaavat enemmän visuaaliseen näyttävyYTEEN ja ne yleensä päättyvät loppuratkaisuun ilman odotettavaa jatkoa, kun taas televisio-ohjelmat usein ovat sarjojen muodossa ja jakson lopetus usein jättää asioita avoimeksi seuraavaa jaksoa varten. Tv-sarjat nojaavat enemmän äänimaailman luomiseen, sillä ne ovat tarkoitettu pienemmällä ruudulla katseltaviksi (Roesch 2009, 6.)



Kuva 1. Warner Bros. studion vesitorni Kalifornian Burbankissa (Kinosmaa 2011)

Kun puhutaan elokuvamatkailusta, sitä voidaan tarkastella useiden erilaisten teorioiden ja määritelmien kautta. Lyhyesti voidaan todeta, että elokuvamatkailussa matkailijan motiivi on matkata katsomaan menneiden tai nykyisten elokuvien ja televisio-ohjelmien tapahtumapaikkoja. Elokuvamatkailun erilaisia muotoja voivat olla matkaaminen elokuvastudioille tai elokuva teemapuistoihin, konkreettisiin kuvauspaikkoihin, joissa on kuvattu tietty elokuva tai joilla on suora yhteys elokuvan tapahtumiin. On myös matkailijoita, jotka hakevat syvällisempää kokemusta lempi elokuviinsa, tekemällä matkan elokuvan maisemiin ja up-

poutumalla elokuvan luomaan taruun ja maailmaan (Papathanassis 2011, 149; Roesch 2009, 6.)



Kuvio 1. Elokuvamatkailun osa-alueet (Papathanassis 2011, 150.)

Yllä olevassa kaaviossa (ks. Kuvio 1.) on kuvattu kaikki elokuvamatkailun osa-alueet. Tämän pohjalta tutkimukseni käsittelee vain elokuvien inspiroimaa matkailua. Elokuvastudioilla tarkoitetaan sananmukaisesti studioita, mutta myös teemapuistoja. Kuvauspaikoilla tarkoitetaan paikkoja, joilla on suora yhteys johonkin olemassa olevaan elokuvaan. Elokuvien maailmoihin uppoutumisella tarkoitetaan matkailijoita, jotka matkustavat seikkailemaan kuvauspaikkojen maisemiin ja uppoutuvat elokuvan mytologiaan ja maailmaan (Papathanassis 2011, 149.)

2.1 Historia

Elokuvamatkailusta ei ole kovin paljon tutkimusta tehty, mutta aika-ajoin on havaittu matkailijamäärien nousua eri kohteissa tiettyjen elokuvien julkaisu ajankohtien jälkeen. Useat elokuvat on saatettu kuvata osittain tai kokonaan studiossa, mutta kuitenkin elokuvan sijoittuminen tiettyyn kaupunkiin on saattanut nostattaa ihmisten kiinnostusta sen luoman mielikuvan vuoksi (Roesch 2009, 6-7.)

Stefan Roesch kokee kirjassaan *The Experiences of Film Location Tourists* (2009), että elokuvamatkailu olisi saanut alkunsa vuoden 1935 Kapina laivalla –elokuvan ensi-illan jälkeen, kun lukuisia matkailijoita ryntäsi Tahitille. Tätä pidetään merkittävänä, sillä Tahiti on edelleen turistien suosiossa vielä tänäkin päivänä. Elokuvamatkailun historia on pitkälti elokuvia elokuvien perään, joista osa on aiheuttanut matkailijoille kiinnostuksen lähteä paikan päälle katsomaan oikeita paikkoja, joihin elokuvat ovat sijoittuneet. Oscar-voittaja elokuva *Sound of Music* – Laulava Trappin perhe vuodelta 1965 vaikuttaa vielä tänäkin päivänä Itävallan Salzburgin kaupungin matkailijamääriin merkittävästi (Roesch 2009, 9.)

Voidaan todeta, että elokuvamatkailu on aina ollut olemassa elokuvahistorian alusta saakka, mutta varsinaisesti matkailun parissa tätä on alettu hyödyntää vuosia myöhemmin, kun myös elokuvien budjetit ovat nousseet huomattavasti suuremmiksi. Internetin ja kaapelitelevision myötä elokuvat ja tv-sarjat ovat ottaneet nousset yhä suurempaan rooliin ihmisten elämässä. Kun uusia elokuvia julkaistaan, on niiden markkinointi budjetilla mahdollista panostaa ympäri maailman tapahtuvaan mainontaan ja elokuvamatkailu on näin myös huomattavasti globaalimpi ilmiö nykyisin (Roesch 2009, 7-9.)

2.2 Elokuvamatkailu Suomessa

Tehdessäni taustatutkimusta erilaisista paikoissa Suomessa, joissa olisi hyödynnetty elokuvia tai tv-ohjelmia, ei löytynyt montaa esimerkkiä. Matti Kassilan ohjaamien *Komisario Palmu* –elokuvien pohjalta harrastajat ovat bongailleet Helsingistä kuvauspaikkoja ja Juha Järvelä ja Marjo Vallittu, ovat koonneet kirjan *Komisario Palmun jäljillä*, joka on julkaistu elokuussa 2014, mutta kuitenkin Helsingin matkailussa ei ole hyödynnetty tätä mitenkään. Fanit kuitenkin omatoimisesti etsivät näitä paikkoja, joten siinä voisi olla potentiaalia kehittelylle. Elokuvamatkailua on yritetty hyödyntää vuonna 2012 Turussa Länsi-Suomen elokuvakomission hankkeessa ja todettu ettei elokuvamatkailua ole kehitetty tai pohdittu aiemmin (YLE 2014; Y-lehti 2014).

SF-Filmikylä nimeltään Miikkulan kylä sijaitsee Kontionlahdella. Vuonna 2005 rakennettu kylä on pohjoismaiden ensimmäinen studio, joka on rakennettu ulos. Kylä on huomattavan kokoinen ja se on alun perin perustettu Markku Pölösen tv-sarjaa Karjalan kunnalla var-ten. Filmikylä on edelleen kuvauskäytössä ja yleisölle avoinna. Maksua vastaan on mahdollista osallistua studiokierrokselle ja päästä näkemään miltä studiolla näyttää kulissien takaa (Suomen Filmitieteellisyys 2015.) YLE (2013) uutisoi, että avaamisen jälkeen isot kävijämäärät ovat laskeneet huomattavasti pienempiin määriin vuodessa ja filmikylä ei ole enää yhtä elinvoimainen vaan rakennukset ovat rapistuneet ja huonossa kunnossa.

Maailmalla vielä toimiva ravintolaketju Planet Hollywood perustettiin Helsinkiin vuonna 1995 Markus Selinin ja Antti Sipisen johdolla. Ketju ei menestynyt Suomessa ja joutui alusta alkaen talousvaikeuksiin ja tämän vuoksi emoyhtiö osti ravintolan ja piti sitä vielä pari vuotta pystyssä, kunnes Planet Hollywood -ravintola lopetti Suomessa pysyvästi vuonna 1999. Avajaisiin saatiin aikanaan myös kansainvälisiä tähtiä, kuten näyttelijät Demi Moore, Bruce Willis, Geena Davis ja suomalainen elokuvaohjaaja Renny Harlin (Ilta-Sanomat 2010; YLE 2010.)

2.3 Elokuvamatkailun mahdollisuudet

Medialla, kuten kirjallisuudella, kuvataiteella ja liikkuvalla kuvalla, on suuri vaikutus siihen, millaisena näemme maailman. Näin ollen media vaikuttaa myös meidän matkakohteidemme valinnassa. Elokuvien ja tv-sarjojen kautta näemme paikkoja ja ne vaikuttavat mielikuvaan, minkä olemme saaneet tietyistä paikoista. Esimerkiksi New Yorkista kaikille tulee jonkinlainen mielikuva sen vuoksi, että tuhansia elokuvia on tehty sen maisemissa. On tultu johtopäätökseen, että nykypäivänä merkittävin median muoto on liikkuva kuva, sillä vietämme ison osan ajastamme katsoen televisiota tai elokuvissa käyden. Myös tutkijat ovat todenneet jo aikaisemmin, että ihminen muodostaa maailmankuvaansa suurimmilta osin täysin visuaalisiin ärsykeisiin nojaten (Roesch 2009, 24-25.)

Televisiomainokset ja dokumentit maailmalta eksoottisista kohteista mahdollistavat matkailijoiden nähdä ennalta uusia paikkoja ja näiden tarkoitus on herättää matkailijan mielenkiinto ja vaikuttaa matkapäätökseen. Vasta myöhemmin huomattiin kuinka paljon valtaa fiktiivisellä tv-sarjalla tai elokuvalla on ihmisiin. On useita tapauksia, joissa tv-sarjan kuvauspaikoille on tullut valtavia määriä turisteja katselemaan fiktiivisen sarjan todelliset kuvauspaikat ja maisemat. Median tuoma näkyvyys voi myös aiheuttaa yhteisöissä ongelmia. Yhteisön jäsenet, eivät välttämättä ole yhtä mieltä siitä millaisen kuvan media on luonut heidän asuinpaikastaan tai kuva saattaa olla negatiivinen, mikä katsojille on saattanut syntyä (Roesch 2009, 24-27.)

Elokuvamatkailun tuotteistamisessa on mahdollisuus hyödyntää useita erilaisia matkailun palveluita. Näitä voivat olla esimerkiksi uudelleen rakennetut elokuvan tai tv-ohjelman lavasteet, elokuvamuseot, tiettyyn elokuvaan liittyvät näyttelyt, kuvauspaikkakierrokset, teema-majoitus tai nähtävyydet, joissa onnistuneella mainonnalla on luotu yhteys elokuvan ja kohteen välille (Roesch, Stefan, s.40-49.)

Joissain tapauksissa tuotantoyhtiöt ovat saattaneet jättää elokuvan alkuperäisiä lavasteita niiden kuvauspaikalle ja tästä on suuri apu matkailulle, hyödynnettäessä elokuvamatkailukohdetta. Matkailu ja elokuvateollisuus voivat myös tehdä molempia puolia hyödyttävää yhteistyötä. Esimerkiksi sopiva maisema saattaa houkutella elokuvantekijöitä kuvaamaan paikan päälle ja näissä tilanteissa paikalliset matkailun toimijat voivat pyrkiä tekemään sopimuksia, joilla elokuvayhtiö saa kuvata paikan päällä. Tuotantoyhtiö voi esimerkiksi rakennuttaa elokuvaan sopivia lavasteita, joita matkailussa voidaan hyödyntää kuvausten jälkeen ja näin luodaan myös suora yhteys elokuvan ja turistikohteen välille alusta alkaen (Roesch 2009, 40-42.)

Elokuva-aiheiset museot ovat hankalia toteuttaa. Museot tarvitsevat sopivien tilojen lisäksi myös oikeudet elokuvan alkuperäiseen rekvisiittaan, mitä ei ole helppo saada varsinkaan, jos kyse on kuvauskaupungeista, mutta muutamia kuitenkin löytyy maailmalta. Elokuva-näyttelyt sen sijaan ovat suosittuja ja niitä järjestetään paljon. Elokuvan rekvisiittaa ja esineitä voidaan pitää esillä myös jossain toimivassa palvelussa, kuten ravintolassa tai puhtaasti elokuva-aiheisessa näyttelyssä. Näyttelyn ei tarvitse olla vain tietyssä paikassa, sillä esimerkiksi The Lord of The Rings –elokuva-aiheinen näyttely on kiertänyt ympäri maailmaa (Roesch 2009, 43-45.) Itse olen törmännyt elokuva-aiheisiin museoihin Warner Bros. –elokuvastudioilla Kalifornian Burbankissa, missä oli laitettu esille tunnettuja elokuvien alkuperäisiä asusteita, rekvisiittaa ja autoja.

3 Elämysmatkailu

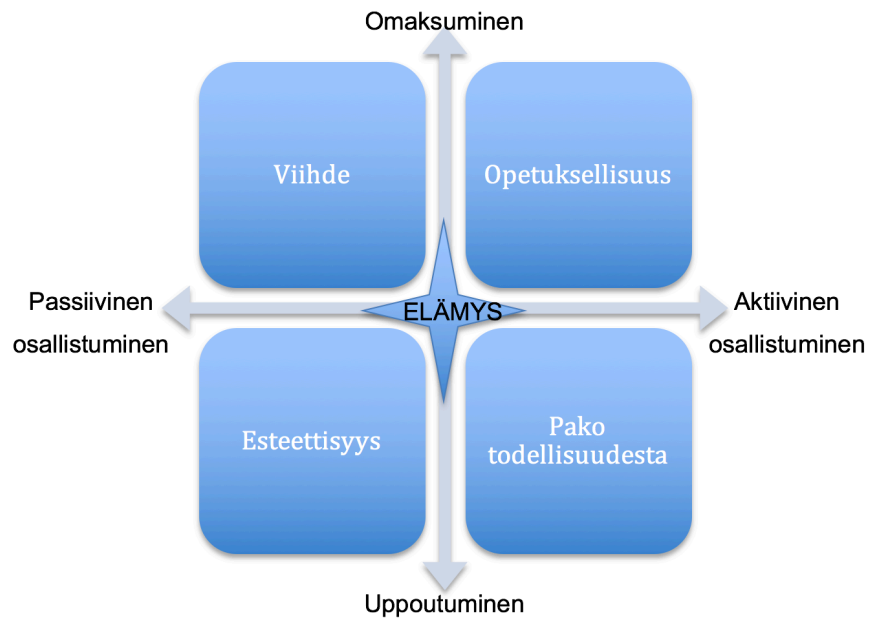
B. Joseph Pine II ja James H. Gilmore kehittivät teorian nimeltä *Elämystalous* heidän vuonna 1999 julkaistussa kirjassaan *The Experience Economy*. Ihmiset eivät nykyään halua ostaa enää pelkkää tuotetta, vaan ovat valmiita käyttämään rahaa myös siihen, miten ja millaisen kokemuksen he voivat saada ostotapahtumasta. Tavallisesta asiasta ollaan valmiita maksamaan siis paljon enemmän, jos sen ostamisen yhteydessä asiakkaalle tarjotaan elämys (Gilmore & Pine 2011, s.1-3).

Elämys itsessään on jokaiselle yksilölle henkilökohtainen, sillä jokainen kokee asiat omalla tavallaan. Se on kuitenkin kokijalle hyvää oloa ja mielihyvää tuottava kokemus, joka on ainutlaatuinen. Jotta pystytään luomaan asiakkaille hienoja elämyksiä, on tärkeää pyrkiä selvittämään perusteellisesti asiakkaan tarpeet ja näihin vastaamalla vaikuttaa siihen, miten asiakas kokee tilanteen ja millaisen elämyksen hän saa siitä (Borg, Kivi & Partti 2002, 25-26.)

Matkailussa elämystalous on suuressa osassa, sillä nykypäivänä matkailijat ja asiakkaat etsivät elämyksiä, eivätkä pelkkiä tuotteita tai hyödykkeitä. Myös elokuvamatkailua mietittäessä ja onnistuneiden tuotteiden luomisessa tarvitaan osaavia matkailualan ammattilaisia, jotka innovatiivisesti osaavat ideoida ja toteuttaa palveluita, jotta asiakkaat kokisivat elämyksiä. Matkailun parissa toimijat ovat lisääntyneet ja elämys on kilpailuvaltti laajassa kilpailijoiden kentässä (Borg, Kivi & Partti 2002, 29-30).

Gilmore & Pine (2011) kuvaavat elämyksen luomista, siten että palvelut toimivat näyttämönä ja myytävät hyödykkeet toimivat rekvisiittana. Aikaisemmin palvelua on pidetty pakollisena asiana, jolla myydään tuote asiakkaalle, mutta nykyään tiedetään paremmin, mikä arvo palveluilla on elämyksen syntymisessä. Tästä kertoo myös, se miten palvelualalla työpaikkojen määrä on noussut, kuin monilla muilla aloilla ollaan pysytty samassa tilanteessa tai tilanne on saattanut jopa laskea (Gilmore & Pine 2011, 17-21.)

Elämyksen syntymistä voidaan kuvata miettimällä toimintaa neljällä eri asialla (Ks. Kuvio 2.): todellisuuspaolla, esteettisyydellä, viihteellä ja opetuksellisuudella. Elämys vaatii kaikkia näitä asioita, jotta elämyksen voi kokea. Näihin myös vaikuttavat asiakkaan omaksuminen tai tilanteeseen uppoutuminen, sekä tilanteeseen aktiivisesti tai passiivisesti osallistuminen. Keskellä tätä on piste, jossa kaikki nämä ulottuvuudet yhdistyvät yhdeksi kokonaisuudeksi ja asiakas kokee elämyksen. Silloin asiakas kokee saavansa kaikille aisteille vastinetta (Gilmore & Pine 2011, 45-47.)



Kuvio 2. Elämysulottuvuudet (Gilmore & Pine 2011, 46)

Kun elämyksiä suunnitellaan, esimerkiksi ohjelmapalveluissa on hyvä muistaa, ettei asiakkaalle voida koskaan taata elämyksen kokemista. On kuitenkin tutkittu näitä seikkoja, joilla voidaan pyrkiä ottamaan kaikki elämykseen liittyvät asiat huomioon, jotta voidaan luoda hyvät puitteet elämyksen syntymiselle. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on kehittänyt niin kutsutun Elämyskolmion (ks. Kuvio 3.), jolla voidaan arvioida elämyksen eri aspektit, kun ollaan luomassa elämyspalvelua. Elämyskolmio koostuu viidestä kerroksesta, jossa alhaalta ylöspäin kuvattuna on kiinnostuminen, aistiminen, oppiminen, elämys ja korkeimpana muutos. Kolmiossa edetään seuraavalle tasolle, kun tietyt ehdot täyttyvät (Tarssanen 2009, 11-12.)

Elämyskolmiotekorian mukaan elämykseen vaikuttaa asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät, joita ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Näiden tulisi toteutua, jotta elämys on mahdollinen, vaikka siltikään elämys ei ole taattu. Yksilöllisyydessä pyritään ottamaan asiakkaan toiveet ja henkilökohtaiset intressit mukaan palveluun. Elämys on jokaiselle henkilökohtainen, joten mitä pidemmälle voidaan tuotetta tai palvelua muokata asiakkaan itsensä näköiseksi, sitä todennäköisimmin asiakas voi kokea elämyksen. Aitous voi olla hankalaa toteuttaa, sillä jokainen ihminen kokee aitouden eri tavalla. Tarinalla perustellaan asiakkaalle, se miten hän juuri hyötyisi tehtävistä asioista ja se osaltaan rakentaa tuotteen aitoutta ja uskottavuutta. On oleellista miettiä asiakkaan tarpeet, jotta voidaan luoda tuote, jonka tarina on johdonmukainen ja perusteltu asiakkaalle (Tarssanen 2009, 12-14.)



Kuvio 3. Elämyskolmio (Tarssanen 2009, 11)

Moniaistisuudella pyritään pitämään tuotteen luoma illuusio yllä läpi koko kokemuksen. Elämys voi jäädä toteutumatta, jos asiakkaan saama mielikuva yhtäkkiä kariutuu, jonkun asian takia, mikä ei ollut loppuun pohdittu tuotteen maailman ja teemojen osalta. Kontrastilla halutaan luoda asiakkaalle mahdollisuus nähdä itsensä uusin silmin, kohtaamalla asioita, joita ei normaalissa elämässä näe tai koe. Kohdeyleisön kulttuurillinen tausta on hyvä ottaa huomioon, sillä erilaiset asiat ovat uusia toisille, kun joillekin ne voivat olla vanhoja ja tuttuja. Asiakas haluaa kokea asioita, jotka myös yhteisössä ovat hyväksytyjä asioita. Näin ollen vuorovaikutus kanssamatkailijoihin tai tapahtuman järjestäjän kanssa on oleellista elämyksen toteutumisessa (Tarssanen 2009, 14-15.)

4 Tutkimuksen kulku

Tässä osiossa esittelen tutkimusmenetelmäni. Olen päättänyt lähestyä tutkimustani kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen näkökulmasta. Aineistonkeruumenetelmäni on haastattelu, sillä haluan saada mielipiteitä ja kokemuksia matkailijoilta ja koen, että määrällisellä tutkimuksella en olisi päässyt lähestymään aiheitani haluamallani tavalla. Kerron tarkemmin laadullisesta tutkimuksesta ja eri tutkimusmenetelmistä, sekä perustelen miksi olen päättänyt laadulliseen tutkimukseen ja haastatteluun.

4.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisesta eli laadullisesta tutkimuksesta voidaan puhua silloin, kun halutaan tarkastella ilmiötä ja sen muotoa. Aineisto on tekstiä tai puhetta, jota ei voida tarkastella numeroilla kuten kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa, vaikkakin osana kvalitatiivista tutkimusta, voidaan myös hyödyntää määrällisen tutkimuksen lähestymistapoja. Usein näitä kahta tutkimusta saatetaan arvottaa niiden luotettavuuden kannalta, mutta on tärkeä muistaa mistä näkökulmasta kumpikin tutkimus lähestyy esitettävää tutkimusongelmaa. Ilmiöihin, jotka ovat suhteellisen tuntemattomia vielä, voidaan lähteä lähestymään laadullisen tutkimuksen näkökulmasta. Olen päättänyt tehdä kvalitatiivisen tutkimuksen, sillä elokuvamatkailua ei ole ilmiönä vielä kovin paljon tutkittu (Eskola & Suoranta 2008, 13-15; Räsänen.)

Yksi oleellisista asioista laadullisen tutkimuksen tekemisessä on saada tutkittavien henkilöiden puhdas näkökulma tutkittavaa asiaa tai ilmiötä kohtaan. Tutkijalla on myös mahdollista käyttää lukuisia eri menetelmiä tutkittavien aineistojen keräämisessä. Laadullisessa tutkimuksessa on oleellista löytää tutkijana tietynlainen rooli, jossa tiedostaa omat asenteet, mielipiteet ja arvot ja pohtii, kuinka paljon antaa näiden vaikuttaa tutkimuksessa. Objektivisuutta pidetään tärkeänä asiana tutkimuksen luotettavuuden kannalta, joten on hyvä myös miettiä, miten paljon haluaa itsestään kertoa haastateltaville henkilöille ja kuinka rajaa omat ajatukset, jotta nämä eivät vaikuttaisi tutkittaviin henkilöihin ja heidän mielipiteisiin. Täysin objektiivista tutkimusta on varmasti mahdoton tehdä, mutta tähän tutkijan tulisi pyrkiä saadakseen henkilöiden todellisen näkökulman. (Eskola & Suoranta 2008, 15-17.)

4.2 Aineistonkeruumentelmä: haastattelu

Kvalitatiivisen tutkimuksen tekemisessä voi käyttää useita eri menetelmiä ja aineiston keruussa tutkija voi käyttää sekä yhdistellä eri menetelmiä oman tutkimuksen tarkoituksen-

rään sopivaksi. Erilaisia menetelmiä ovat esimerkiksi havainnointi, yksilö- ja ryhmähaastattelu, sekä etnografia eli havainnointia tietyn kulttuurin luonnollisessa elinympäristössä (Eskola & Suoranta 2008, 84-103.) Tutkimuksessa tullaan tekemään henkilöhaastatteluita, joten valittu menetelmä on haastattelu.

Haastattelua on hyödynnetty tutkimusten aineistonkeruussa jo pitkään. Haastattelutavat ovat muuttuneet vuosien saatossa ja nykypäivänä haastattelut ovat pitkälti keskustelua haastattelijan ja haastateltavan välillä. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelijalla on valmiit kysymykset, jotka esitetään jokaiselle haastateltavalle. Haastattelutilanteessa jokainen kysymys käydään läpi ja haastateltava saa vastata omin sanoin jokaiseen kysymykseen. Tutkija johtaa haastattelua ja monta kertaa haastateltavaa voi joutua motivoimaan, jotta saadaan mahdollisimman paljon aiheeseen liittyviä vastauksia (Eskola & Suoranta 2008, 84-86.)

Koska ihmiset ovat erilaisia, on tutkijan tärkeää valmistautua hyvin jokaista haastattelua varten ja varautua mahdollisiin erikoistilanteisiin. Haastattelijan vastuu on johtaa haastattelua ja ohjata keskustelua hänen aiheensa kannalta tärkeimpiin aiheisiin, jotta haastattelusta saa tarvittavan irti. Haastateltava voi tarvita rohkaisua ja ohjausta, jotta keskustelu lähtisi kunnolla käyntiin ja jotkut haastateltavat kertovat paljon ilman rohkaisua, joten on tärkeää pohtia miten toimia tällaisissa tilanteissa. Haastateltaviin on usein myös tärkeä ottaa yhteyttä etukäteen ja antaa perehtyä kysymyksiin ennakoon, niin haastateltavan voi olla helpompi vastata kysymyksiin itse haastattelutilanteessa (Eskola & Suoranta 2008, 85-93.)

4.3 Tutkimusprosessi

Olen etsinyt potentiaalisia vastaajia jo aiemmin tuntemistani ihmisistä ja heidän tuntemistaan ihmisistä. Tarvitsen haastatteluihin viisi-seitsemän haastateltavaa, jotka ovat matkustelleet paljon ja joilla selkeästi on matkoiltaan elokuvamatkailuun liittyviä kokemuksia. Tutkimusongelmani on *millaisia mahdollisuuksia elokuvamatkailu tarjoaa Suomen matkailulle?* Tätä selvittääkseni pyrin haastatteluissa löytämään erilaisia elokuvamatkailun tuomia elämyksiä haastateltaville, joita voin hyödyntää pohdinnoissani elokuvamatkailun mahdollisuuksista Suomessa.

Haastattelutilanteissa haluan luoda mahdollisimman paljon keskustelua itseni ja haastateltavan välille ja antaa haastateltaville mahdollisuuden kertoa mahdollisimman paljon. Kysyn tarkentavia kysymyksiä, jos koen tarvitsevani lisää informaatiota. En halua takertua liikaa puhtaasti elokuvamatkailuun, sillä myös muut erilaiset elämykset ovat tärkeitä mie-

lestäni tutkittavan aiheen ymmärtämisessä ja hyödyntämisessä tulevaisuudessa. Haluan saada osallistujilta mahdollisimman paljon mielipiteitä ja kokemuksia, jotta saisin kokonaisvaltaisen kuvan elokuvamatkailun erilaisista mahdollisuuksista käytännössä toteutettuna.

Kun olin löytänyt useita sopivia haastateltavia lähetin haastattelupyynnön 17 ihmiselle. Näihin vastasivat 11 ihmistä ja lopulta viisi suostuivat haastateltavaksi. Kaikkiin haastattaviin olin etukäteen yhteydessä sähköpostilla ja ennen haastattelua sovimme puhelimitse tarkemmin haastattelun ajankohdasta. Vastaajat saivat myös kysymykset sähköpostilla, ennen haastattelutilannetta, jotta he pystyivät valmistautumaan itse tilanteeseen. Olin myös jokaiselle haastateltavalle tehnyt selväksi, että kaikki haastattelut tehdään täysin luottamuksellisesti, eikä tutkimuksessa tule missään vaiheessa esille faktoja, joista kukin haastateltava voitaisiin tunnistaa.

4.4 Haastatteluiden toteutus

Haastattelut toteutettiin 29.8.-1.9.2015 välisenä aikana, eikä haastatteluihin oltu määritelty tiettyä aikarajaa. Jokainen haastattelu kesti kuitenkin noin puolesta tunnista 45 minuuttiin. Paikaksi oli valittu rauhallinen tila, missä ei ollut ulkopuolisia samassa tilassa, jotta vastaajat saivat rauhassa keskittyä pelkästään haastatteluun. Olin tutkijana pyrkinyt kaikissa haastatteluissa olemaan mahdollisimman objektiivinen, enkä tuonut omia kokemuksiani tai mielipiteitäni esiin keskusteluissa, jotta vastaukset olisivat olleet mahdollisimman autenttisia.

Haastattelutilanteissa kaikki vastaajat vaikuttivat olevan motivoituneita antamaan vastauksia. Keneltäkään ei tarvinnut kaivaa vastauksia vaan valitsemani henkilöt olivat halukkaita kertomaan kokemuksistaan ja jakamaan mielipiteitään avoimesti. Kirjoitin kannettavalla tietokoneella samaan aikaan haastateltavien vastauksia ylös. Pyrin kirjaamaan kaiken selkeästi, jotta myöhemmin aineiston analysoinnissa olisi helppo palata vastauksiin ilman epäselvyyksiä.

Haastatteluita tehdessä huomasin kahden vastaajan olleen erityisen innokkaita aiheesta ja he todella laajasti kuvasivat näkemiään ilmiöitä, ilman tarkentavia kysymyksiä. Keskustelua tuli paljon, kuten olin toivonut ja olin tyytyväinen haastatteluiden sisältöön. Tiesin, että elokuvamatkailun tutkiminen olisi hankalaa, mutta löysin mielestäni hyvät haastateltavat aineistonkeruutani varten. Kaikki osallistuneiden vastaukset, eivät olleet puhtaasti heidän omia kokemuksiaan vaan myös olettamuksia, joten olen muistiinpanoihini merkinnyt tämän selkeästi luotettavuuden kannalta.

4.5 Aineiston analyysi

Kun kerättyä aineistoa aletaan analysoida, on siihen useita eri tapoja ja jatkuvasti kehitel-
lään lisää. Tarkoitus on saada iso kerätty aineisto hajanaisista eri asioista helposti ymmär-
rettävää selkeään muotoon, mutta kuitenkin uskollisesti aineiston sisältämää tietoa koh-
taa. Aineistoa voi lähestyä ottamalla haastateltavien vastauksista asioita, jotka sopivat
haettuun teemaan. Tutkija voi myös sortua valikoimaan analysointivaiheessa aineistosta
vastauksia, jotka tukevat tämän teoriaa ja omaa näkökulmaa. Tämä on tosin riski tutki-
muksen luotettavuudelle, mikäli aineistosta on suodatettu kaikki tutkijan näkökulmiin so-
pimattomat vastaukset (Eskola & Suoranta 2008, 137-160.)

Itse olen aloittanut aineistoni analysoimisen jakamalla haastattelukysymykseni tiettyihin
teemoihin tai asiakokonaisuuksiin. Yritin löytää kaikista vastauksista yhtäläisyyksiä, joilla
voisin yleistää ja ymmärtää näin ollen paremmin aineistoani. Olen pyrkinyt huomiomaan
kaikki vastaukset ja olen koko ajan tiedostanut oman näkökulmani ja mielipiteeni asiaan,
jotta en sortunut jättämään tiettyjä asioita huomioimatta analysoinnissa. Tulosten esitte-
lyssä selitän näiden teemojen kautta aineistoani.

Aluksi yritin löytää kaikkien haastateltavien vastauksista yhtäläisyyksiä, joilla pystyin yleis-
tämään elokuvamatkailua ja näin ymmärtämään paremmin sitä. Yritin silti löytää aineistos-
ta tärkeät pointit, joita ei voinut jättää mainitsematta. En kokenut analysointi vaiheessa
tarpeelliseksi tuoda paikkojen ja elokuvien nimiä vaan keskittyä tiettyjen aihesisältöjen
ymmärtämiseen ja tulkita oikein osallistujien sanoja. Pyrin olemaan värittämättä vastauk-
sia ja olemaan mahdollisimman uskollinen keräämäni aineiston sisällölle.

4.6 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkijan täytyy arvioida oman tutkimuksensa luotettavuutta. Tutkimusta luettaessa, lukija
haluaa usein löytää siitä jotain, josta olla samaa mieltä tai joka vahvistaisi lukijan olemas-
sa olevia käsityksiä. Tutkijalla ja tutkijan omilla näkemyksillä ja mielipiteillä on paljon te-
kemistä tutkimuksen luotettavuuden kannalta ja laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tulee
selvittää rehellisesti tutkimusprosessiaan läpi tutkimuksen, jotta voidaan vetää johtopää-
töksiä, onko tutkimus luotettava ja kuinka paljon tutkimusta on värittänyt tutkijan oma hen-
kilökohtainen näkökulma tutkittavaan aiheeseen (Eskola & Suoranta 2008, 210.)

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa täytyy miettiä, onko tutkimukseen osallistuneiden
käsitykset tutkittavasta ongelmasta yhtenevät tutkijan kanssa eli tutkija ja haastateltavat
puhuvat samoista asioista haastatteluiden yhteydessä. Muita luotettavuuteen vaikuttavia

tekijöitä, ovat tutkijan lähtökohdat ja ennakko olettamukset ja miten tutkijan tulkinnot käyvät yksiin muiden tutkijoiden kanssa, jotka ovat tutkineet samaa aihetta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija avaa omia päätelmiään läpi tutkimuksen, jotta lukija voi muodostaa kuvan tutkimuksen luotettavuudesta ja paikkaansapitävyydestä (Eskola & Suoranta 2008, 211-212.)

Tutkimuksen aikana olen yrittänyt tutkijana pysymään avoimena kaikille lopputuloksille. Minulla on ollut ennakko-olettamuksia aiheesta ja siitä, miten elokuvamatkailua on Suomessa hyödynnetty. Olen tutkimuksessani pyrkinyt pysymään rehellisenä ja kuvaamaan omia ajatuksiani aiheesta, jotta tutkimus pysyisi mahdollisimman luotettavana ja siitä tuleva tieto olisi mahdollisimman lähellä alkuperäisen aineistoni tietoa. Haastatteluiden aikana olen keskittynyt olemaan neutraali, enkä ole tuonut omia mielipiteitäni haastateltaville ja olen pyrkinyt pysymään ottamatta kantaa osallistujien vastauksiin. Olen haastatteluja tehdessä varmistanut osallistujien kanssa, mitä tarkoitan kysymyksilläni ja mitä olen tarkoittanut tietyillä käsitteillä, kuten esimerkiksi elokuvamatkailu-käsitteellä.

Analyysivaiheessa olen yrittänyt tuoda teemoittain kaiken sisällön lukijalle, jättämättä pois omien mielikuvien tai mielipiteiden vastaisia vastauksia. Olen joutunut karsimaan vastauksia, mutta olen tehnyt sen perustellusti tilanteissa, joissa haastateltavan vastauksella ei ole suurta merkitystä aiheelle tai ei oman rajaukseni mukaan liity tutkittavaan aiheeseen. Haastateltavia on viisi, mikä ei aineistona ole kovin suuri ja tämä ei välttämättä anna kovin kattavaa kuvaa. En kuitenkaan kokenut sen olevan huono asia, sillä yritin selvittää matkailijoiden mielipiteitä ja näkökulmia, eikä suurella tutkittavien määrällä olisi ollut suurta vaikutusta välttämättä aineiston laajuuteen. Uskon oman arviointini mukaan tutkimuksen olevan luotettava, siihen nähden mitä aihetta olen tutkinut ja mitä olen halunnut selvittää tutkimuksessani.

5 Tutkimuksen tulokset

Haastattelin tutkimustani varten viittä matkailijaa, jotka ovat iältään 25-35-vuotiaita ja he ovat aiemmin matkailleet ja vierailleet elokuvamatkailukohteissa. Elokuvamatkailukohteella tarkoitan elokuvan tai tv-ohjelman kuvauspaikkoja tai -kohteita, elokuvastudioita tai elokuva-aiheisia teemapuistoja, elokuvamatkailupalveluita tai majoitusta, sekä elokuva-maailmisiin matkaamista elokuvien oikeissa kuvausympäristöissä ja elokuvan mytologiaan perehtymistä. Haastateltavien ikäjakauma on valittu siksi, että Visit Finlandin (2014, 43) tutkimuksen mukaan Suomeen tulevista matkustajista suurin osa on 25-44 vuotiaita matkailijoita. Haastatellut henkilöt ovat nimetty seuraavasti: Matkailija A, Matkailija B, Matkailija C, Matkailija D ja Matkailija E.

Taulukko 1. Haastateltavien elokuvamatkailukohteet

	Matkailija A	Matkailija B	Matkailija C	Matkailija D	Matkailija E
Kuvauspaikat	X	X	X	X	X
Kierrokset	X		X	X	X
Teemapuistot	X	X		X	X
Elokuvastudiot	X		X	X	X
Ravintolat	X			X	X
Majoitus					
Näyttelyt/museot					X

5.1 Matkakohteet ja elokuvamatkailu nähtävyydet

Kaikkia haastateltavia selkeästi yhdisti se, että elokuvien luovat mielikuvat ovat tehneet kohteista houkuttelevia. Yhdysvallat matkakohteena yhdisti myös kaikkia osallistujia ja jotkut ovat käyneet siellä myös useammassa paikossa kuin toiset. Eurooppaan ja Pohjoismaihin on myös matkattu, mutta selkeästi elokuvamatkailukohteet ovat koettu enemmän Yhdysvalloissa. Käyn kaikkien vastauksia läpi seuraavissa kappaleissa.

Matkailija D on vierailut useissa kohteissa katsellen elokuvien, kuten Amelié, Braveheart ja Enkelit ja Demonit, kuvauspaikkoja. Hän on myös nähnyt erilaisilla ohjatuilla kierroksilla paljon elokuvista ja tv-sarjoista tuttuja paikkoja. Matkailija D selkeästi muistaa paljon näkemiään elokuvia ja on saattanut huomata tuttuja paikkoja sattumalta, katsellessaan paikkoja eri kaupungeissa. Matkailija B on käynyt erilaisissa teemapuistostoissa kuten Kalifornian Anaheimissa Disney Worldissa, sekä Lontoon Warner Bros. -studiolla katsomassa

Harry Potter –elokuvien opastetulla kierroksella. Euroopassa Matkailija B on omatoimisesti käynyt katsomassa Kummisetä –elokuvien kuvauspaikkoja Sisiliassa, sekä Game of Thrones tv-sarjan kuvauspaikkoja Kroatiaassa.

Euroopassa Matkailija E on kierrellyt muun muassa Itävallan Salzburgissa Sound of Music –elokuvan maisemissa ja sekä Skotlannin Edinburghissa Harry Potter –kierroksella. Yhdysvalloissa hän on paikantanut Sinkkuelämää –hahmon Carrie Bradshaw’n asunnon ulkoportaat New Yorkissa ja Milwaukeeessa Bridesmaids –elokuvan kuvauspaikkoja. Matkailija C ei ollut vieraillut kovin monessa paikassa, mutta Australia –elokuvan maisemissa, Bowenissa, hän on käynyt katselemassa, sekä CSI Miami –tv-sarjan alkutekstien tutuissa maisemissa Evergladesin kansallispuistossa Floridassa.

Kaikki vastaajat olivat käyneet ohjatuilla kierroksilla katselemassa kuvauspaikkoja, mutta suurin osa oli studiokierroksia, eikä autenttisia kuvauspaikkakierroksia. Myös teemapuistot olivat olleet suosittuja esimerkiksi Six Flags –huvipuistot ja Disneyn erilaiset teemapuistot Yhdysvalloissa ja Euroopassa. Myös erilaiset ravintolat, kuten hampurilaisravintolat, jotka ovat tunnettuja elokuvien kohtauksista, olivat päätyneet kaikkien haastateltavien vastauksiin. Matkailija A myös kertoi matkoillaan käyneensä useasti esimerkiksi Anthony Bourdainin –tv-ohjelmista tutuissa ravintoloissa, sekä Top Chef –tv-ohjelmassa esiintyneiden kokkien omistamissa ravintoloissa.

5.2 Elokuvamatkailun vaikutus matkustamiseen

Yleisesti kenenkään haastatteluun osallistuneen henkilön vastauksissa ei käynyt ilmi, että itse matka valikoituisi puhtaasti minkään elokuvan tai tv-ohjelman perusteella. Neljä vastaajaa kertoivat käyneensä katselemassa mielellään kuvauskohteita ja opastetuilla elokuvakierroksilla, mutta ne eivät olleet itse matkan tarkoitus. Matkailija D kertoi kuitenkin elokuvamatkailun ”edesauttavan positiivisen päätöksen tekemistä”. Muut kuitenkin pitivät tätä mukavana lisämausteena, jos kohteessa oli kuvattu tuttuja elokuvia.

Haastattelussa pyysin kaikkia osallistujia miettimään mitä he haluaisivat kokea, jos valitsivat kohteen jonkun elokuvan tai tv-sarjan perusteella. Matkailija A toivoisi pääsevänsä näkemään autenttisia kuvauspaikkoja ilman ylimääräisiä palveluita. Hänelle ei myöskään kelpaisi teemapuistot vaan hän haluaisi kokea itsenäisesti mahdollisimman aidosti elokuvien tunnelmaa kuvauspaikoilta. Matkailija D haluaisi kohteen tarjoavan ”kunnon wau-elementin kaikille aisteille”. Kohteessa tulisi välittyä elokuvan alkuperäinen tunnelma, sekä tarjota elokuvien tapaan pakoa todellisuudesta. Elämyksen syntymisessä pitäisi kaiken

olla loppuun asti hiottu, autenttisten kuvauspaikkojen lisäksi myös kohteen palveluiden tulisi olla elokuvasta tai ainakin sen henkisiä.

Matkailija E ei osannut kuvailla tarkemmin, mutta haluaisi paikan olevan selkeästi tunnistettava, eikä vain tieto elokuvan kuvauspaikasta riitä. Kokemuksen tulisi myös suoraan olla yhteydessä elokuvaan. Matkailija B haluaisi nähdä laadukkaasti toteutettuja ohjattuja kierroksia, sekä vierailla elokuvan teemaan sopivassa teemapuistossa. Myös matkamais-tojen ostaminen oli B:n mielestä tärkeää. Kohteen laadukkuus oli kaikille yhteistä ja heillä selkeästi olisi odotukset korkealla, jos lähtisivät elokuvien innoittamalle matkalle. Fantasiaelokuvien maailmat ja historialliset elokuvat inspiroivat Matkailija C:tä mahdollisesti läh-temään matkalle, mutta toivoisi elokuvien paikkojen olevan luonnossa myös yhtä vakuut-tavia, eikä muutettu vain elokuvaa varten.

5.3 Suomen elokuvamatkailukohteet ja niiden tunnettavuus

Kolme viidestä haastatteluun osallistuneesta oli varsinaisesti harrastanut elokuvamatkai-lua Suomessa. Matkailija A oli käynyt katselemassa Helsingissä Salatut elämät –tv-sarjan kuvauspaikkoja Huvilakadulla Eirassa ja Konalan studiolla, jossa sarjaa kuvataan. Turun maisemissa kuvattujen Vares –elokuvien tunnetuksi tuoma olutravintola Uusi Apteekki oli saanut Matkailija E:n käymään paikassa muutamaan otteeseen. Hänen mukaansa Uusi Apteekki on pyrkinyt hakemaan elokuvien tunnelmaa sisustuksessa, jotta se vaikuttaisi mahdollisimman autenttiselta. Ainoana kaikista Matkailija C on vieraillut Kontionlahdella Suomi Filmi –kylässä. Hän myös koki useissa Suomen kaupungeista tulevan mieleen suomalaisia elokuvia, kuten Kemijärvi, jossa on kuvattu Taivaantulet –tv-sarjaa, sekä Lappeenranta Laila Hirvisaaren kirjoista, jotka ovat myös monet tehty elokuvaksi. Muut eivät olleet käyneet missään Suomalaisten elokuvien kuvauspaikoilla varsinaisesti.

Haastateltavilta myös kysyttiin, jos he tietävät Suomessa olevan kohteita, joissa olisi hyö-dynnetty tunnetun elokuvan tuomaa mainetta. Matkailija D oli tietoinen Turun linnaan ava-tusta kuningatar Kristiinaa käsittelevästä näyttelystä 2015 vuoden keväällä. Näyttelyn avaamiseen vaikutti Mika Kaurismäen elokuva Tyttökuningas, jota oli kuvattu Turun linnan ympäristössä ja elokuva on määrä julkaista syksyllä 2015. Muut vastaajat eivät olleet tie-toisia mistään Suomen elokuvamatkailukohteista, joissa olisi hyödynnetty elokuvien ku-vauspaikkoja tai elokuvien tuomaa mainetta tietylle kaupungille tai paikalle.

5.4 Elämyksen tuottaneet kokemukset matkalla

Kaikki haastateltavat olivat kokeneet elämyksiä omilla matkoillaan. Halusin selvittää, min-kälaiset asiat ylipäättään olivat tuottaneet henkilöille elämyksiä ja osallistujien vastauksista

huomasi välittömästi, että elämys tosiaan on jokaiselle erilainen ja sen syntymiseen vaikuttavat useat eri seikat. Lähes kaikki vastaajat olivat kokeneet elämyksiä ohjatuilla kierroksilla, olipa ne studiokierroksia, kauhukierroksia tai historiallisia kävelykierroksia, mutta selkeästi hyvin tehdyt opastetut kierrokset ovat olleet toimivia elämyksen lähteitä.

Matkailija A:n vastauksissa näkyi hyvin paljon omatoiminen matkailu, niin luonnossa kuin vaikkapa elokuvien autenttisilla kuvauspaikoilla. Hänellä ei elämyksen syntyyn liittynyt mitään lavastettua tai ohjattua vaan omatoimisesti kiertelemällä ja löytämällä syntyy elämys. Ruoalla oli kuitenkin vaikutusta, sillä useissa erilaisissa ravintoloissa ruokaileminen olivat olleet mieleenpainuvia kokemuksia. Matkailija D, joka toivoi saavansa elokuvamatka kohteista ”wau” elämyksen kaikille aisteille, oli kokenut tällaisen vierailullaan Disneylandissa Pariisissa. Disneyland sai hänet myös elämyksen lisäksi kiinnostumaan enemmän kaikista Walt Disneyn elokuvista, joita oli hyödynnetty kohteessa ”äärettömän hyvin”. Matkailija C:n elämyksiin liittyy vahvasti hyvän paikallistuntemuksen saaminen kohteessa. Kierroksilla esimerkiksi oppaan tulee tietää paljon asioita paikoista ja olla hyvä paikallistuntemus. Myös hyvin tuoteistettu palvelu on mieleenpainuva ja oleellinen elämyksen syntymisessä, unohtamatta ystävällistä palvelukulttuuria.

Matkailija E oli kokenut myös todella henkilökohtaisia elämyksiä vieraillessaan Liverpoolissa Beatles –museossa. Kokemus oli ollut todella mieleenpainuva ja tärkeä edelleen. Myös opastetut kierrokset Alcatrazin vankilasaarella San Franciscossa ja studiokierros Warner Bros. –studioilla oli jäänyt mieleen elävästi. Erilaiset palvelut ja ohjatut seikkailut, sekä kierrokset olivat Matkailija B:lle tärkeitä elämyksiä. Teemapuistoissa, valassafareilla tai vaikkapa koskenlaskussa hän on kokenut hienoja elämyksiä, mutta yksittäisiä tapauksia ei tullut mieleen. Hän kuitenkin korosti, miten ystävällisellä palvelukulttuurilla on vaikutusta elämyksen syntymiseen. Tämä vahvistaa sen, miten elämys voi jollekin olla useita asioita, kuin jollekin se voi olla jokin yksittäinen asia.

6 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Tutkimukseni aikana olen huomannut, niin teoriapohjan kuin aineistonikin kautta, että maailmalla on löydetty hyviä keinoja hyödyntää elokuvaa matkailun parissa. On huomattu piikkejä matkailijamäärissä eri kohteissa, kun niiden maisemissa on kuvattu tunnettuja elokuvia. Eri kohteissa on osattu myös pienistäkin asioista ottaa kaikki irti elokuvan tuomasta maineesta. On huomattu myös Roeschin (2009) mukaan, että elokuvien budjettien nousu on vaikuttanut osaltaan myös siihen, miten elokuvia markkinoidaan ja suurilla markkinointibudjeteilla on mahdollista mainostaa elokuvaa globaalisti ja luoda elokuvista ilmiöitä, joista voidaan myöhemmin matkailun parissa hyödyntää elokuvan tuomaa näkyvyyttä.

Kuten Roesch (2009) toteaa, elokuvilla ja medialla on tutkitusti vaikutusta ihmisten mieliin matkakohteista ja ne voivat muokata matkailijoiden näkemyksiä kohteen houkuttelevuudesta. Tutkimuksessani olen päätenyt siihen, ettei puhdas elokuvamatkailu ole suuren yleisön motiivi vaan ehkä pienemmän matkustajaluokan juttu. Elokuvamatkailu on kuitenkin tärkeä osa huomioida, sillä suuret määrät ihmisiä käyvät kuitenkin katsomassa elokuvien kuvauspaikkoja ja saattavat matkustaa kaupunkeihin, joilla on median luoma positiivinen ja houkutteleva kuva. Papathanassisin (2011) elokuvamatkailun osa-alueet eli studiot ja teemapuistot, kuvauspaikat, sekä elokuvamaailmoin matkaaminen on hyvä pitää mielessä, mietittäessä uusia tuotteita.

Koen, että matkailun tulisi nähdä elokuvamatkailun potentiaali ja siitä saatava hyöty. Suomessa ei tehdä paljoa kansainvälisesti tunnettuja elokuvia tai ei olla osattu hyödyntää sen hetkisissä tilanteissa, kun Suomessa ollaan kuvattu ulkomaista tai kotimaista tuotantoa. Jälkeen päin on huomattu, että jotain olisi voitu käyttää, mutta asia ei ole enää yhtä ajankohtainen ja elokuva ei välttämättä ole ihmisten mielessä. Omien havaintojeni mukaan Suomen olemassa olevat elokuvamatkailukohteet, eivät ole kovin hyvin tunnettuja, sillä haastateltavien joukossa vain yksi tiesi varsinaisesti elokuvamatkailukohteita, joissa on jonkinlainen matkailun tuote olemassa ja palveluita matkailijoille.

Elokuvien tai tv-sarjojen tulee olla oman näkemykseni mukaan olla saavuttanut jonkinlaisen klassikon maineen, jotta se pysyy elossa vuosien jälkeen ja on hyödyllinen matkailulle. Kuitenkin ohimenevät elokuvat voivat silti olla hyödyllisiä sen aikaa, kun elokuvan suosio on huipussaan. Suomessa voi olla, ettei elokuvamatkailulle olisi yhtä suurta asiakassegmenttiä, mutta matkaajat ovat kuitenkin kiinnostuneita näkemään ja kokemaan erilaisia asioita, jos niiden markkinoinnissa ja brändin luomisessa onnistutaan. Täällä on kuitenkin elokuvamatkailu kohteita, mutta selkeästi ne ovat kiinnostaneet aluksi matkailijoita, mutta

vuosien saatossa ihmisten kiinnostus on hiipunut ja kävijämäärät romahtaneet, joten ne eivät ole osanneet muuntautua tarpeeksi, pitääkseen yllä matkailijoiden mielenkiintoa.

Matkailussa on tärkeää nähdä elokuvien ja median potentiaali, jota voitaisiin hyödyntää Suomen matkailun edistämisessä. Jos Suomesta saadaan kiehtovampi ja tunnetumpi kohde ympäri maailman, voi se myös houkutella elokuvaproduktioita tulemaan Suomeen kuvaamaan seuraavaa elokuvaa. Myös muiden medioiden kiinnostuminen Suomesta vaikuttaa matkailijoiden kuvan muodostumiseen Suomesta potentiaalisena matkakohteena. Uusien elokuvamatkailupalveluiden kehittämisessä on hyvä käyttää apuna Gilmore & Pinen (2011) elämysulottuvuuksia, sekä Tarssasen (2009) elämyskolmiota, jotta palvelu mahdollistaisi elämyksen kokemisen.

6.1 Kehitysehdotukset elokuvamatkailun tuotteistamiseen ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Tutkimukseni mukaan Suomen elokuvamatkailumahdollisuudet ovat vielä aika lailla lasten kengissä. Elokuvamatkailun kehittämiseen maassamme liittyy monet asiat. Jotta elokuvien tuotannot kiinnostuisivat Suomesta oivana kuvauskohteena, täytyisi ensin nostaa Suomea enemmän maailmankartalle ja saada muut mediat kiinnostumaan maastamme. Tiedän että Pohjoismaissa jaetaan tukea erillisiin elokuva- ja televisiotuotantoihin, joka osaltaan voi edistää suomalaisen elokuvan tunnettua pohjoismaissa, mutta ehkä Suomessa voitaisiin miettiä, miten yhteistyötä viihdetuotantoyritysten kanssa voitaisiin lisätä. Mitä Suomi voisi tarjota elokuvaproduktioille, että kumpikin osapuoli hyötyisi yhteistyöstä.

Suomessakin on eri kokoisia elokuva ja tv-studioita, kuten esimerkkinä Suomi filmi –kylä Kontionlahdella, ja uskoisinkin näiden olevan yksi mahdollinen elokuvamatkailukohde. Uskon, että kiinnostuneita matkailijoita löytyisi, jos niihin mietittäisiin jonkinlainen hyvin suunniteltu opaskierros oheistuotteeksi. Suomi filmi- kylästä ja muista suomalaisista kuvaskohteista olisi hyvät mahdollisuudet elämykselliseen matkakohteeseen. Näitä pitäisi vain markkinoida hyvin oikeita kanavia hyödyntäen, niin kohteille varmasti löytyisi potentiaalinen yleisö.

Olemassa olevia elokuvamatkailukohteita tulisi markkinoida paremmin, sillä tutkimukseeni osallistuneista vain yksi tiesi esimerkiksi Suomi filmi –kylän, kun muille ei tullut mieleen oikein mitään kohteita. Pitäisi vain rohkeasti miettiä, mitä elokuvia tai tv-sarjoja Suomessa tehdään ja mitkä niistä ovat olleet suosittuja sekä sen jälkeen kartoittaa millaista tuotetta niihin perustuen voisi kehittää. Esimerkkinä tulee mieleen Salatut elämät –tv-sarja, joka on

Suomessa edelleen todella suosittu. Voisiko tähän liittyen keksiä, jotain matkakohdetta, kuten ohjattu kierros Salattujen elämien kuvauspaikoilla tai studiokierros Konalan studioilla. Myös komisario Palmu –elokuvista voisi toteuttaa ohjattuja elämyskierroksia. Suomella on mahdollisuuksia hyötyä elokuvamatkailusta, kun vain kehitellään oikeanlaisia tuotteita.

Kuten aiemmin olen maininnut, niin elokuvamatkailua on tutkittu vielä melko vähän, joten aiheesta voisi mielestäni ammentaa monenlaisia jatkotutkimusmahdollisuuksia. Seuraavaksi voisi tutkia esimerkiksi tarkemmin elokuvaharrastajia, jotka myös matkustelevat paljon. Olisi mielenkiintoista selvittää, millaisia ajatuksia olisi matkailijoilla, jotka valitsevat matkakohteensa elokuvien perusteella ja saattavat matkustaa erilaisille elokuva- tai televisiofestivaaleille. Jatkotutkimuksena voisi myös perehtyä tarkemmin Suomen olemassa oleviin elokuvamatkailukohteisiin ja selvittää, miten näiden markkinointia voisi saada tehokkaammaksi ja kuinka voisi kasvattaa ihmisten tietoisuutta näistä kohteista.

Haluaisin itse tutkia joskus elokuvamatkailua yleensä sekä tutkia mahdollisesti tiettyä kohdetta, joka on erittäin tunnettu ja menestynyt. Haluaisin selvittää miten he ovat menestyneet ja millaisia elämyksiä he pystyvät matkailijoille tarjoamaan. Mielenkiintoista olisi myös tutkia, millä keinoin Suomi pystyisi lisäämään yhteistyötä ulkomaisien elokuvatuotantojen välille ja miten Suomesta voisi tehdä houkuttelevamman maan elokuvien kuvauspaikkana. Paljon löytyisi kiinnostavia aiheita seuraavalle aiheesta kiinnostuneelle tutkijalle.

6.2 Pohdintaa

Olen oppinut todella paljon tämän tutkimuksen tekemisen kautta. Perehtymällä elokuva- matkailun ja elämyksen teoriaan, opin ymmärtämään myös matkailua uudella tavalla. Yllätyin, miten paljon erilaisilla asioilla on vaikutusta toisiinsa ja kuinka elokuvamatkailukäsitettä ei pysty ajattelemaan vain suppeasti, että tietyt ihmiset matkustavat vain elokuvien takia, vaan elokuvamatkailua voivat harrastaa ketkä tahansa omilla matkoillaan. Elokuva- matkailu voi olla vain yksi osa kokonaisuutta matkalla.

Työtä aloittaessani oli todella vaikea löytää näkökulmaa ja tutkimusongelmaa. Elokuva- matkailu kiinnosti minua suuresti, mutta toisaalta se myös pelotti minua tutkimuksen kohteena sen tuntemattomuuden vuoksi. Oli hankala löytää isoa määrää teoriapohjaa elokuvamatkailusta, kun siitä ei ole paljoa tutkimustietoa olemassa ja kirjallisuutta hyvin niukasti. Tukeuduin paljon erilaisiin internetistä löytyviin artikkeleihin muutaman hyvän kirjaläh- teen lisäksi.

Lähtökohtaisesti ennen tutkimuksen aloittamista olin pitänyt Suomea paikkana, jossa ei elokuvamatkailulle ole mitään edellytyksiä ja suhtautumiseni asiaan oli hyvin kyyninen. Kun aloitin tutkimusprosessin, aloin hyvin pian huomaamaan asioita kirjallisuudesta ja myöhemmin keräämästäni aineistosta, että Suomella tosiaan voisi olla potentiaalia tietyn edellytyksin. Myös taustatutkimusta tehdessäni yllätyin, miten Suomesta löytyikin jo valmiita elokuvamatkailukohteita, mutta niitä ei vain mainosteta, mikä osaltaan on varmasti vaikuttanut niiden tuntemattomuuteen. Olin myös itse ajatellut elokuvamatkailua paljon kapeampana aiheena, kunnes huomasin ja ymmärsin kirjallisuuden ja tutkimusten kautta laajan kirjon erilaisia mahdollisuuksia, mitä elokuvamatkailu käsitteenä pitää sisällään.

Tutkimuksen toteuttamisessa olin tyytyväinen keräämäni aineiston laajuuteen. Olisin toivonut ehkä löytäväni vieläkin fanaattisempia elokuvamatkailun harrastajia, jotta olisin saanut ehkä vielä enemmän näkökulmaa. Toisaalta tutkimukseni todisti, että elokuvamatkailua voi harrastaa kuka tahansa ja se on tietystä mittakaavassa melko yleinen ilmiö. Ymmärrän nyt myös todella paljon paremmin, miten kvalitatiivinen tutkimus toteutetaan ja mitä minun tulee tutkijana ottaa huomioon tutkimuksen tekemisen eri vaiheissa.

Alkuun pääseminen oli vaikein osuus koko työssä. En osannut hahmottaa, mitä minun pitäisi tehdä ja miten lähestyä aihetta. Pian pohdiskelujeni jälkeen tutkimusongelma alkoi valjeta minulle ja pääsin alkuun. On tullut kuitenkin paljon hetkiä, joissa on tuntunut todella epätoivoiselta koko tutkimuksen valmistuminen. Etenkin teoriapohjan kokoaminen tuotti aluksi ongelmia, kun en tiennyt mistä löydän sopivaa kirjallisuutta ja mitä eri kokonaisuuksia liittyy aiheeseeni. Kun löysin sopivat asiakokonaisuudet, niin tutkimus lähti pyörimään omalla painollaan.

Aineistonanalysointi oli myös vaikea prosessi. Olin kerran aiemmin tehnyt kvalitatiivisen tutkimuksen aiemmin ja muistan myös silloin törmänneeni samaan ongelmaan, kun aineistoa oli tarkoitus analysoida. Tuijotin saamiani vastauksia, enkä tiennyt mitä tekisin seuraavaksi. Halusin löytää aineistosta yhtäläisyyksiä, jotta saisin asioita yksinkertaistettua itselleni. Kävin jokaisen vastauksia läpi ja lopulta aloin löytää asioita, joilla pystyisin tekemään yleistyksiä.

Aihettani on hyvin niukasti tutkittu ja se tuotti tutkimuksessani aluksi suurta pääänvaivaa. Lähdeaineistoni olisin halunnut olevan suurempi, mutta kun en meinannut löytää sopivia lähteitä, päädyin ottamaan kaiken irti siitä mitä minulla oli. Olen kuitenkin tyytyväinen teoriaosuuteni laajuuteen ottaen huomioon alussa kohtaamani ongelmat. Lähdekirjallisuudekseni löysin kuitenkin todella mielenkiintoisia kirjoja ja niiden lukeminen ei ollut alkuvaikeuksien jälkeen ollenkaan tylsää.

Ajankäyttöäni haluan parantaa tulevia tutkimuksia varten. Aluksi olin tehnyt selkeän aikataulun siitä, kuinka etenen tutkimusprosessini aikana, mutta kun kerran aloin lipsua, niin työ jäi hetkeksi kokonaan. Myöhemmin aloin jälleen työstämään aiheitani ja mitä haluan siitä tehdä, niin sitten pääsin taas vauhtiin. Vaikka aikataulussa pysyminen tuotti vaikeuksia, niin viimeisimmässä aikataulussani onnistuin pysymään ja työ valmistui oman aikatauluni mukaan.

Tämän tutkimuksen tekeminen on ollut opettavainen kokemus ja olen tyytyväinen työhöni. Haasteelliseksi koin lähdekirjallisuuden vähyyden, minkä vuoksi lähteiden löytäminen teoriapohjaa varten oli hankalaa, mutta näiden puitteissa olen tyytyväinen. Toivottavasti tämän tutkimuksen lukevat kiinnostuvat myös tästä aiheesta ja ehkä elokuvamatkailu saadaan tulevaisuudessa kukoistamaan Suomessa. Toivon myös, että matkailu-alan ammattilaisille työni voi tarjota uusia näkökulmia ja ideoita heidän tuleviin projekteihin.

Lähteet

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. WSOY. Juva.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Jyväskylä.

Gilmore, J.H. & Pine, B.J. 2011. The Experience Economy. Harvard Business Review Press. Boston.

Ilta-sanomat. 2010. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/viihde/art-1288335270161.html>. Luettu 1.9.2015

Kinosmaa, J. 2011. Kuva omasta albumista.

Papathanassis, A. 2011. The Long Tail of Tourism – Holiday Niches and their impact on Mainstream Tourism. Gabler Verlag.

Roesch, S. 2009. The Experiences of Film Location Tourists. Channel View Publications. Bristol.

Räsänen, H. Kvalitatiiviset tutkimusmenetelmät. Luettavissa: http://www.hamk.fi/verkostot/kudos/menetelmat/Documents/4_Kvalitatiiviset_tutkimusmenetelmaet.pdf. Luettu 28.8.2015.

Suomen Filmiteollisuus. 2015. Luettavissa: <http://www.suomenfilmiteollisuus.fi/filmikyla/taustaa.php>. Luettu 1.9.2015.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Luettavissa: [http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf). LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi.

Visit Finland. 2014. Matkailijatutkimus 2014. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/06/Visit-Finland-Matkailijatutkimus-2014.pdf?dl>. Luettu 28.8.2015.

Yle. 2010. Luettavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2010/03/24/arnold-schwarzenegger-suomessa>. Luettu 1.9.2015.

Yle 2013. Luettavissa:

http://yle.fi/uutiset/polosen_elokuvakyla_hiljenee_mutta_juhlat_jatkuvat/6745519. Luettu 1.9.2015.

YLE. 2014. Luettavissa:

http://yle.fi/uutiset/komisario_palmun_kuvauspaikkoja_bongaillaan_ahkerasti_helsingissa/7437374. Luettu 20.8.2015.

Y-lehti. 2012. Luettavissa: [http://www.y-](http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/4541/Elokuvamatkailu+viel%C3%A4+lapsenkengiss%C3%A4)

[lehti.fi/arkisto/artikkeli/4541/Elokuvamatkailu+viel%C3%A4+lapsenkengiss%C3%A4](http://www.y-lehti.fi/arkisto/artikkeli/4541/Elokuvamatkailu+viel%C3%A4+lapsenkengiss%C3%A4). Luettu 20.8.2015.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset:

1. Missä maissa ja kaupungeissa olet vieraillut viimeisen viiden vuoden aikana?
2. Missä elokuvien kuvauspaikoilla tai elokuvien ja tv-ohjelmien innoittamissa nähtävyyksissä olet vieraillut?
3. Mitä erilaisia palveluita olet kokenut, missä on hyödynnetty elokuvaa tai tv-ohjelmaa?
4. Mitä suomalaisia elokuvien tai tv-ohjelmien kuvauspaikkoja tai tapahtumapaikkoja olet käynyt katsomassa?
5. Millaisia kohteita tiedät Suomesta, missä olisi hyödynnetty elokuvan tai tv-ohjelman tuomaa mainetta tai kuvauspaikkoja?
6. Miten elokuvien tai tv-ohjelmien vaikutus näkyy matkasi valinnassa?
7. Jos valitsisit matkasi kohteen elokuvan tai tv-ohjelman perusteella, mitä toivoisit kohteen tarjoavan?
8. Minkälaisia palveluita olet kokenut matkoillasi, jotka ovat tuottaneet sinulle elämyksen?

Liite 2. Saatekirje

Hei,

Olen HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulun viimeisen vuoden opiskelija ja olen kirjoittamassa opinnäytetyötäni. Aiheenani tutkin elokuvamatkailua ilmiönä ja sen mahdollisuuksia osana Suomen matkailua. Tutkimusongelmani on *Millaisia mahdollisuuksia elokuva-matkailu tarjoaa Suomen matkailulle?*

Kerään aineistoa tekemällä haastatteluita matkailijoille, jotka ovat aikaisemmin matkoillaan vierailleet elokuvien kuvauspaikoilla tai kokeneet elämyksiä, joilla on ollut jonkinlainen yhteys elokuvaan tai elokuvateollisuuteen. Jos koet osuvasi etsimääni kohderyhmään, voit vastata viestiini ja olen yhteydessä sinuun haastattelu ajankohdan tiimoilta. Tutkimukseen haastateltavat pysyvät anonyymeinä ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Kiitos paljon ajastasi!

Ystävällisin terveisin,

Jukka Kinosmaa

jukka.kinosmaa@myy.haaga-helia.fi